

Стриминговые сервисы как современный тренд коммуникации на примере «Нетфликс»

Научный руководитель – Чугайнова Юлия Игоревна

Орловская Дарья Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: daria-orlovskaya@yandex.ru

Данная работа направлена на исследование феномена популярности стриминговых сервисов, их места в киноиндустрии и медиарынке, их влияния на восприятия кинематографической продукции современным зрителем и на тренды современной коммуникации, которые стриминговые сервисы эксплуатируют и создают. Изучение и теоретизация феномена стриминговых сервисов на сегодняшний день является одной из наиболее актуальных тем для современной философии и социологии в контексте дискурса о, так называемых, «новых медиа» (понятие новых медиа в наиболее общем случае принято определять через три основные категории: цифровой код, интерактивность и интеграция). Тема новых медиа (они же - трансмедиа) является основополагающей частью популярных работ таких авторов, как Генри Дженкинс, Эль Визель, Лев Манович и др.

На сегодняшний день сегмент стриминговых сервисов занимает одну из наиболее крупных долей медиарынка, что также указывает на актуальность выбранной темы. Почти все телеканалы и операторы связи сейчас делают упор на интернет-трансляции и создание собственных интернет-платформ (один из примеров на российском рынке: сервис Premier, основанный на потоковых мультимедиа, включающий в себя контекст телеканалов «Пятница!», «ТНТ», «2x2», «ТВ-3» и «Супер»).

Согласно ежегодному глобальному отчету и прогнозу в сфере медиа и развлечений компании PricewaterhouseCoopers, глобальный доход от реализации сегмента ОТТ видео (англ. Over the Top - метод предоставления видеослужб через Интернет, доставка видеосигнала напрямую от провайдера контента на устройство пользователя без посредничества оператора связи, в отличие от телевидения) в 2020 году составил 58 миллиардов американских долларов. По прогнозам консалтинговой компании, с 2018 по 2023 год увеличение объема сегмента ОТТ видео увеличится на 15%, что по объему роста уступает только сегменту VR (англ. virtual reality - виртуальная реальность), который на сегодняшний день активно финансируется не только медиакорпорациями, но и крупными IT-компаниями. Исследование стриминговых сервисов как с теоретической, так и с практической стороны, важно для понимания экономических процессов в индустрии медиа и развлечений, и прогнозирования событий в её рамках.

Особенности стриминговых сервисов будут рассмотрены нами на примере американской компании «Netflix» - на данный момент самом крупном сервисе в мире, с почти 183 миллионами подписок.

Для осмысления стриминговых сервисов как особого явления современного медиарынка необходимо определить, что такое стриминговые платформы, изучить их историю, понять как технический механизм их работы, так и те изменения восприятия зрителем кинопродукции, которые мы можем наблюдать с их приходом. Не маловажным в этом контексте является понимание того, какие современные тренды в коммуникации стриминговые сервисы эксплуатируют, а какие создают.

Целью нашей работы является изучение стриминговых сервисов как современного коммуникационного тренда, а также синтез теоретической литературы, посвященной кино, медиа как таковым и новым медиа, в частности, с актуальными фактологическими данными для изучения влияния стриминговых сервисов на индустрию развлечений и медиа сегодня и в будущем.

В соответствии с поставленной целью мы выделяем следующие задачи:

1. Изучение специальной литературы, посвященной исследуемой проблеме, а также литературы вспомогательной;
2. Определение кинематографа (данная категория включает в себя продукцию, предлагаемую стриминговыми платформами) как медиума в современном контексте;
3. Исследование истории, структуры, технической стороны, сущности стриминговых сервисов в рамках дискурса о новых медиа;
4. Определение места стриминговых платформ в кино- и ТВ-индустрии;
5. Исследование изменения потребительских привычек в сфере потребления кинопродукции в силу появления потоковых мультимедиа и компактных переносных носителей (компьютеров, смартфонов, планшетов и т. д.);
6. Изучение современных трендов в коммуникации на примере стриминговых платформ.

Объектом для нас будут выступать стриминговые сервисы (в частности, компания «Netflix») как формат коммуникации, а предметом исследования - коммуникационные тренды, которые стриминговые сервисы отражают и создают.

На сегодняшний день тема влиятельности стриминговых платформ широко обсуждается в научных и бизнес-кругах. Тем не менее, на эту тему опубликовано не так много трудов на русском языке - в большинстве своем, посвященные ей материалы написаны на английском языке и не переведены на русский. Также активно ведутся дискуссии касательно цифровых медиа, тем не менее, основная масса работ, посвященных изучению трансмедиа, не сфокусированы специально на стримингах.

Источники и литература

- 1) Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости; Краткая история фотографии / Ад Маргинем Пресс; Москва; 2017
- 2) Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. / М.: Республика; Культурная революция, 2006
- 3) Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / М.: «Добросвет», «Издательство «КДУ»»; 2015
- 4) Делёз, Ж. Кино / Жиль Делёз. 2-е изд. - М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019
- 5) Дженкинс, Д. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / Генри Дженкинс; пер. с англ. А. Гасилина. - М.: Группа Компаний «РИПОЛ классик», 2019
- 6) Дюв, Тьерри Де // «Глокальное и сингуниверсальное. Размышления об искусстве и культуре в глобальном мире», «ХЖ», № 84, 2011
- 7) Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана . — М.: ГУ ВШЭ, 2000
- 8) Краусс, Р. «Путешествие по северному морю»: искусство в эпоху постмедиальности / М.: Ад Маргинем Пресс; 2017

- 9) Маклюэн, Г.М. Галактика Gutenberga / Издательство «Ника-Центр Эльга»; Киев; 2004
- 10) Маклюэн, Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. - М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003
- 11) Манович, Л. Язык новых медиа / Лев Манович. - М.: Ад Маргинем Пресс, 2018
- 12) Сонтаг, Сьюзен / Против интерпретации и другие эссе - М.: Ад Маргинем Пресс, 2014
- 13) Павлов, А.В. Постыдное удовольствие. Философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа / А. В. Павлов — «Высшая Школа Экономики (ВШЭ)», 2014 — (Исследования культуры)
- 14) Реутов, Антон // Восприятие видимого: соотношение оптического и тактильного в рамках визуальных исследований // CONCEPT “FOOD” IN POST-MODERNISTIC MEDIA-DISCOURSE (BY THE MATERIALS OF THE BRITISH PRESS) 2018
- 15) Ригль, А. Историческая грамматика изобразительных искусств
- 16) Хагенер, М., Эльзессер, Т. Теория кино. Глаз, эмоции, тело / СПб.; Сеанс, 2018
- 17) Aumont J. Aesthetics of Film / Austin: University of Texas Press, 1992
- 18) Innis, H. The Bias of Communication / H. Innis. - Toronto, 2003
- 19) Metz C., Guzzetti A. The Fiction Film and Its Spectator: A Metapsychological Study; New Literary History, vol. 8, no. 1 / The Johns Hopkins University Press, 1976
- 20) Monaco, J. How to read a film. The World of Movies, Media, and Multimedia. Language, History, Theory / New York, Oxford: Oxford University Press, 2000
- 21) Tryon, C. On Demand Culture - Digital Delivery and the Future of Movies / USA: Rutgers university Press, 2013
- 22) Китинг, Джина. NETFLIX. Инсайдерская история компании, завоевавшей мир / Бомбора, 2021